浅述我国电视综艺节目主持人角色及其艺术性弱化

摘　要：电视艺术发展至今，培养出了大批优秀的节目主持人。虽然我国综艺节目发展时间不长，但近几年综艺节目占据着很大的市场份额。当前，综艺节目中主持人这一角色却不同程度的弱化，这主要受到明星文化和新媒体等的冲击。受众生活节奏加快，工作压力增加，导致时间碎片化，进而促使节目表现形式碎片化。在碎片化的时间内，受众无暇关注明星嘉宾之外的主持人角色，主持人角色的艺术性被弱化。

关键词：电视；综艺节目；主持人；主持人功能；新媒体
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）04-092-05　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.04.030

文 / 段晓光

主持人是随着电视艺术的发展而发展的，当然，主持人只是电视艺术中的一个元素，没有人规定节目中必须存在主持人这一角色。湖南卫视早期的《超级女声》，在海选过程中，就只表现明星嘉宾和选手，到比赛阶段，尤其是决赛时，主持人元素呈现，体现着主持人对于节目而言起着重要的作用。但近几年来，综艺节目中主持人角色的逐渐消失，明星嘉宾占据综艺节目的重要位置，主持人艺术性也随之弱化，甚至在网络综艺节目中，主持人只是节目赞助商的口播机器，毫无艺术性而言，体现不出主持“人”的价值。

1. 主持人的功能

主持人功能在节目中的体现，可以概括为非艺术性与艺术性两种。所谓主持人在节目中的非艺术性的体现，是指主持人的一般职能，如主持人对节目的组织、串联、传达等作用；主持人艺术性的体现，是指主持人对节目起到了一般职能之上的特殊职能，这种特殊职能为主持人本身所独有，是其他形式都无法代替的独特性，这种独特性受人类经验、情商、对事情处理的反应力等因素的影响，进而成为主持人生存的追求，也是年轻主持人必须培养的能力，是主持人在节目中的如沟通、提问、表达、应变等能力的体现。

1. 1 非艺术性功能

“主持人作为电视节目直接出面向观众进行传情达意的特定角色，自有其特殊的地位，总括一点就是节目的支撑人物。”[1] 主持人在节目中处于主导地位，他的主要职责是组织串联一次节目的各个部分，也可以直接向观众传播信息。

1.1.1 串联功能

主持人从诞生伊始，就肩负着对节目进程串联的功能，这种功能可以使节目进程有条不紊，并且向受众呈现出一期完整的节目，把一些看似无关联的事情联系起来，发挥了主持人的主导地位和能动性。主持人直接引出下一个内容或由上一个内容引出下一部分内容，都体现着主持人对节目的串联功能。如《快乐大本营》《王牌对王牌》中快乐家族、沈涛对当期节目当中嘉宾的介绍引出；《星光大道》中主持人的“有请下一位选手”这类话等，都是对这一功能的体现。

1.1.2 传达信息功能

在具体的每一期节目中，主持人总是向受众传达着各种各样的信息，如节目的内容、嘉宾的信息、赞助商的信息等，有时这种信息会上升到情感，间接传达着主持人的思想和感情，为节目奠定基调，影响着受众的情感波动。

当然，主持人并不是什么信息都可以传达的，他们传达的信息总是为这一期节目的内容而服务的（除商业广告信息外）。另外，主持人是党、政府和人民的喉舌，他们代表着所属电视台的形象，代表着所属传媒的意志，他们要正确地引导受众，与此同时，更要发挥传播人类先进思想的作用，在媒体上建构一个健康、向上的文化世界。

1. 2 艺术性功能

主持人仅存在于正常的节目秩序之内，只发挥其非艺术性功能往往是不够的，在策划好的节目进程之外，往往还会出现很多不可避免又无法逃避的偶然状况。这时，就需要主持人发挥其手上的权利，对问题进行润饰，使节目进程回到原有的轨道上来。这些都是不可代替的，体现着“人”的重要地位，也是主持人能力素养的直接体现。

1.2.1 把控功能

主持人在节目中的协调、把控功能的体现，大致可

以分为控场和救场两类，这是主持人非艺术性功能中串联功能的更高体现。在节目中，主持人的串联功能非常明显，而且它是推动节目进程的重要功能。“电视综艺娱乐节目主持的控场，是指电视综艺娱乐节目主持人的即兴语言能力。具体来讲，就是电视综艺娱乐节目主持人在演播现场进行即兴发挥或处置意外情况时所表现出来的有声语言能力。”[2] 把控功能虽是节目中突发偶然情况时才会体现出来的，但不是所有主持人都可以做到的，这需要主持人更高的专业素养、积累处理突发状况的经验以及培养生活中的个人情商等，以具备综合能力。因此，不同性格、风格的主持人面对同一情况，会做出不同的把控行为。

被誉为教科书级别的汪涵救场事件，就是这一功能的最好体现。在湖南卫视《我是歌手》第三季的总决赛中，孙楠突然退赛的行为，打乱了原本的节目进程，汪涵作为主持人，这时，主持人原本的串联功能上升到把控功能，体现出汪涵的专业素养以及他遇事的沉着冷静，汪涵通过运用对节目流程的掌控能力、与导演快速沟通能力、个人情商等综合能力，成功救场。也是通过这样的偶然事件，汪涵在主持界名声更高一层。

2013 年，浙江卫视《中国好声音之巅峰之夜》中，华少担任主持人，当时《中国好声音》在国内关注度极高，现场的观众和电视机前的观众都十分期待总冠军到底花落谁家，现场观众十分热情，场面热闹，难以维持节目正常流程。“各位，请冷静地听我说，谢谢你们，请冷静地听我说，今天晚上……”，这是华少在演播厅现场进行即兴发挥或处置意外情况时所表现出来的有声语言能力，体现着主持人的控场艺术。

1.2.2 交流功能

现在的电视综艺节目中，主持人与嘉宾平起平坐，与观众平等交流，主持人早与嘉宾成为好朋友，甚至融入嘉宾的行列中。电视作为大众传播媒介，自然要与观众交流，主持人无时无刻不替观众发声，无时无刻不关注受众。体现在娱乐谈话节目中，则为主持人采访嘉宾时所提的问题，我们受众在电视中看到的是主持人自己问，但实则是为了受众而问，是搜集整理起来的大部分粉丝所关心的问题，这是主持人交流功能之于受众的最重要的体现。“节目主持人是演员和受众之间的‘桥’，这座‘桥’搭得好，可以使受众与演播者的情感拉近，并使双方情感得到交流。”[3]

主持人不仅与受众交流，时刻传达着受众的关注点，同时，主持人也与嘉宾交流，在娱乐谈话节目中，甚至是所有谈话节目中，主持人处于主导地位，主导节目流程，主导谈话内容走向，嘉宾处于主体地位，主持人要围绕着主体人物发挥主导作用。在具体节目中，主持人谈什么方面的内容，大概是什么问题，嘉宾如何回答之类的工作，在节目录制之前，基本都与嘉宾沟通好了。但在实际情况中，嘉宾可能说着说着，谈话的内容偏离了节目内容或者超过了规定的录制时间，这时需要主持人进行引导。另外，主持人要围绕嘉宾发挥主导作用，这涉及主持人的提问（采访）艺术。即使事先有规定好的采访问题，但要以嘉宾所说的内容随机应变，顺着主体的内容进行提问，达到一种似朋友间交谈的自然、亲切的状态，内容转换要自然合理。《鲁豫有约》《杨澜访谈录》《金星脱口秀》等节目中，都体现着主持人的交流功能。但主持人如若掌握不好这种交流功能，则往往会陷入尴尬的境地。

1.2.3 吸引功能

主持人的吸引功能突出体现在主持节目中，我国有综艺节目时间虽不长，但随着各类综艺节目的出现与发展，与之相适应的不同的主持风格逐渐形成，并为受众认同。如《正大综艺》节目中赵忠祥的沉稳大方、略带点幽默感和杨澜机灵可爱、充满朝气活力的主持风格；《综艺大观》节目中倪萍“亲切自然，具有东方文化神韵”的主持风格；《今夜星辰》节目中叶惠贤幽默诙谐、敏捷又从容的主持风格，都给观众留下了深刻的印象。[3]

综艺节目的主持人要明星化，最好是一个大家喜爱的“明星”，利用明星效应可以获得更好的传播效果，这是吸引受众忠诚度收看的重要因素。《中华诗词大会》中董卿表现出她深厚的文化底蕴，使受众从对她春晚的印象中脱离出来，发现了董卿的另外一面。《朗读者》的热播离不开她在《中华诗词大会》中培养起来的文化形象，吸引着、牵动着受众收看文化节目。从董卿的身上，我们还可以看到主持人的文化自觉意识，在娱乐潮流大势中从容传播优秀文化，体现了主持人的文化责任意识。在《朗读者》中融合了访谈，无时无刻不在散发着主持人的修养和内涵，她的大方、温柔的形象吸引着受众。主持人在发挥吸引功能时，一定要发掘自己的独特风格，努力提高自己的文化内涵。

2. 主持人符号学

主持人角色是随着电视艺术的发展而发展的，现今，我们很少能在电视或网络综艺节目中直接看到主持人元素的展现。当然，主持人只是电视艺术中的元素之一，它并不是电视艺术必须具备或呈现的。但是，在节目中总会或多或少存在“主持人”的影子，有些人在节目中并不是主持人的身份，却依然承担着主持人的角色，以至于从节目表现形式上主持人角色被弱化了，从符号学的角度，我们很轻易便可以理解它。

2.1 符号学

符号学，广义上是指研究符号传意的人文科学或者说有关文化现象中符号问题的研究，涵盖所有涉及文字符、讯号符、密码、古文明记号、手语等的科学。现代的符号学是由瑞士语言学家索绪尔和美国哲学家皮尔斯分别从语言学和逻辑学的角度创立的。[4]

符号包含形式和意义两个方面。形式是人们的感官可以感知的，如信号灯、旗语、上课铃、盲文等都是符号。这些可以感知的形式都具有专门的意义，因此，这些形式就具有了符号的功能。符号的形式和意义是不可分离的，二者的结合才构成符号，没有无意义的符号形式。但符号的形式和意义之间没有本质上的、自然属性上的必然联系。[5]索绪尔在1915年出版的《普通语言学教程》中指出，一切符号都可以分为能指（符号的表示成分，语言的物质外壳）与所指（符号的被表示成分，语言的概念或内容），即一切符号都毫无例外地包含着能指与所指的关系。能指与所指的联系是任意的，这是语言符号的一个基本原则。

2.2 主持人符号学

我们将“主持人”作为一个符号来谈，那么“主持人”只是一个符号名称，这一符号的能指就是可以在节目中起到组织、串联、引导、沟通、交流、传达、吸引等作用的人或物，在节目中能达到这一作用的一切人或物即为“主持人”。我们以《国家宝藏》《无限歌谣季》《极限挑战》三档电视综艺节目为例，探讨主持人符号学的具体体现及其意义。

《国家宝藏》通过对博物馆内的一件件文物的梳理，国宝守护人演绎这些文物背后的历史故事，用电视化语言使得文物“活”起来，受众更易走进这些古老文物的“内心”，他们不用走进博物馆，便可感受文物的魅力及保护文物的重要性。张国立是这档文博探索节目的001号讲解员，国宝守护人是有影响力的公众人物，节目邀请九大博物馆馆长对文物进行专业点评，发表的意见更具权威性，节目还请在某些领域有建树的平民来讲述故事，传承文化。综上，在这档节目中，我们不曾见到“主持人”一词，但我们通过节目可以感受到张国立就是这档节目的“主持人”，他的确在节目中起到了主持人的作用。之所以使用“001号讲解员”这个身份，是因为这更贴切节目，受众更具带入感。我们不用走进博物馆，却仿佛我们正身临博物馆，一位讲解员正在为我们引路讲解一般。

《无限歌谣季》是一档通过五位非专业音乐人“歌谣研修生”和五位专业音乐人“无限唱作人”搭档创作原创音乐的真人秀节目，节目通过三场不同主题的演唱会，表演各组的原创歌曲。张绍刚是“歌谣研修生”之一，但他在节目的每次演唱会中起到主持人的作用，因此他在节目中的存在是双重身份，既是节目的嘉宾，又是主持人。

《极限挑战》是以六位固定的极限挑战成员为主的励志体验真人秀节目，每期会围绕不同主题、加入不同嘉宾进行开放式的户外挑战运动。它与《奔跑吧兄弟》在形式上有一定的相似性，都为嘉宾构成的阵容，由嘉宾的竞争、游戏来推动剧情发展。在这类综艺节目中，没有节目主持人，推动节目进程的是导演和一些被安排好的人或道具，那些被安排好的人类似于角色扮演类游戏中的NPC，通过他们获取被安排好的道具或者获得进入下一环节的“钥匙”，这些被安排好的人或道具的确起到了推动节目进程的作用，它们在节目中通常被称为线索。有时，导演会在节目中公布一些任务或游戏，任务的详情和游戏的玩法本是由“主持人”来介绍的，但在这类节目中由导演介绍，抑或制作成短片加以配音完成。因此，这些所谓的线索与节目导演一起承担了主持人的作用，它们共同构成了电视艺术中的“主持人”元素。嘉宾之所以不能成为“主持人”这一符号，是因为他们只是节目流程的参与者，而不是引导者。

综上所述，电视综艺节目中的“主持人”角色并没有消失，他们只是换了一个名称或者换了一种表现形式，通过电视艺术展现了出来。所以，在一定程度上，电视综艺节目“主持人”的艺术性也只是换了一种形式呈现，只是被我们意识中的主持人名称所必须指代固定的某个人或某类人所局限了。当然，这对于以主持人为职业的群体来说，就另当别论了。另外，我们可以发现，被取代的主持人，或者说以“主持人”这个符号呈现出来的“主持人”，他们大多之前都不是从事主持人事业的，多以导演、演员为主。《我是歌手》中歌手当主持人，《跨界歌王》中演员当歌手，《无限歌谣季》中主持人、演员当音乐人等。近年来，跨界元素是明星文化的缩影，一方面受众喜爱看明星在不同领域的表现，甚至无论是什么，只要是有自己喜欢的明星参加就满足了；另一方面，明星也希望通过不同的身份、领域来充实自我，更全面的发展自己。

如今，很多人认为主持人行业就是露个脸、说句话的工作，谁都可以胜任，因此，电视节目中出现了很多跨界主持人，而且他们还占据了电视综艺节目主持人的大部分。明星文化的崛起促使综艺节目中以明星嘉宾为主要表现对象还可以理解，但对于主持人艺术性的挖掘和深刻认知也需要所有电视人的努力，主持人事业需要专业的、个性鲜明的的人来进一步推进。

3. 电视综艺节目与明星

当代电视综艺节目，尤其是真人秀节目中，明星嘉

宾占据着主要的位置，节目以表现嘉宾的所说所为，吸引着大量受众的关注，明星文化而产生的经济效益推动着电视事业的发展。

“电影明星，连带着电影创作、发行、放映、产业以及社会影响的各个环节。明星制是电影工业的重要组织部分，也是建构完善的电影工业的基础；明星对于社会及公众的影响，从追星族到粉丝，已经构成当代社会重要的社会文化现象。”[4] 电影和电视同属于影视艺术，电视也培养出一大批电视明星，如今，新媒体的发展以及明星向“民星”的转变，“网红”经济崛起，明星成分更为多元与复杂。但只要是明星，其必定会连带着经济效益，即自身的可消费成分。在当代电视的发展过程中，经济效益被提到更高的位置，节目希望通过明星连带的经济效益撑起自己的节目，以获得更高的收视率和更多赞助商的支持；明星也想从电视这样大众的、便捷的传媒中再扩大自己的受关注度。

电视综艺节目的形式也因明星受到了很大的影响，明星嘉宾充斥电视节目。前者还可以分为明星嘉宾体验类真人秀，如《奔跑吧兄弟》《二十四小时》《全员加速中》等，和明星嘉宾养成类真人秀，如《演员的诞生》《无限歌谣季》等，后者如《中国好声音》《笑傲江湖》《梦想的声音》等节目，起到了生产新明星与消费新明星的作用。

我们以湖南卫视的《快乐大本营》为例，做简要的分析。最初的《快乐大本营》是快乐家族访谈明星嘉宾，挖掘明星背后的事，再以游戏与嘉宾互动来完成节目录制的。当时受众了解明星的平台很少，通过一些简单轻松的谈话和游戏，受众可以更加了解明星，主持人和明星嘉宾的一些幽默的语言、滑稽可笑的动作，可以缓解受众生活的压力。我们现在再观看《快乐大本营》，会发现谈话的内容少了，多了主持人和嘉宾的共同游戏，还多了很多的商业广告的口播和其他商业作品的宣传，五位主持人也明显上升为明星的位置和明星嘉宾共同完成节目录制，并且我们可以感知到，快乐家族主持人团队除了何炅在节目中还以主持人的身份承担着节目流程的控制功能，其他四位主持人则是与嘉宾游戏互动中的参与者与话题调侃者。可见，受众已经淡化快乐家族“主持人”的身份，而更多地将他们视为一个明星团体，节目也以这五位品牌主持人明星发展自身的经济效益。至于这档节目主持人身份转变对节目商业化的影响，首先，体现在邀请的嘉宾团队上，基本都是具有时效性的当红影视作品的演员和明星，还有即将播出或上映的影视作品的剧组人员到节目进行宣传工作。如湖南卫视《幻乐之城》播出不久，就在《快乐大本营》中展现《幻乐之城》的节目形式，起到了对《幻乐之城》的宣传作用，也丰富了《快乐大本营》的内容丰富度。其次，体现在商业广告的硬植入上，除了在开场和每次广告回来之后对大的赞助商的常规性口播之外，还加了对一些手机软件的推广，主持人和明星嘉宾承担对 App 的宣传工作。在这两方面，虽然快乐家族在节目中承担着重要的角色，但也可见快乐家族的主持人角色的淡化，明显已上升为明星的地位，一部分受众仅是为了快乐家族而收看节目的。主持人节目即如此。

如今，与受众生活息息相关的各种品牌充斥着受众的日常生活，使人眼花缭乱。受众希望通过电视综艺节目中的明星来提高自己的审美情趣。比如明星穿什么，我就在网上买明星同款，明星在节目中喝什么，我在超市中就可以省掉选择和纠结的时间等。受众的从众心理给赞助商带来了一定的经济回报，哪怕是赞助商得不到或者得到很少的经济回报，只要提高了品牌的知名度，论长久发展而言，也可以在各自的市场领域中占得一席之地。电视综艺节目的明星嘉宾会亲自为赞助商以打广告、跳舞、口播等各种新颖的形式播出，《我想和你唱》中鉴客团对节目赞助产品的机智“软植入”、网络综艺《火星情报局》的报答“金主”时间反而都成了节目的亮点，节目的衍生经济得到了最大化收益。明星嘉宾充斥着各种类型的综艺节目，主持人成了赞助商广告的播读机器，这一点在网络综艺节目中更为明显。

4. 新媒体与网络综艺节目主持人

4.1 网络综艺节目与电视综艺节目

新媒体的发展对电视的影响，不仅体现在收看环境方面，更体现在节目形式的融合发展上。受众生活节奏快、压力大，往往没有精力坐在电视机前完整地收看一期节目。同时电视综艺节目都可以在网络平台进行收看，像《演员的诞生》《中国好声音》《新武林大会》《幻乐之城》等电视综艺节目的片段在微博等网络平台中传播，可以快速吸引受众，受众通过几分钟的碎片化时间就可以迅速了解节目形式，根据自己的喜好选择节目，间接为电视综艺节目的发展提供保障。新媒体强大的发展态势，连同电视也可以连接网络，成为一个大屏的“电脑”来回看已播放的节目或收看网络综艺节目。受众通过手机收看在网络上传播的一些节目片段，这种“碎片化”传播往往忽略节目中主持人与嘉宾的对话，大多只出现独立的某位或某几位明星嘉宾或选手的表演片段，这也间接地使得受众淡化主持人角色，以至于在网络综艺节目中，主持人艺术性受到弱化。

4.2 网络综艺节目主持人艺术性弱化的体现

如果说电视综艺节目的主持人只是换了个形式，即以“主持人”符号的形式呈现于电视中，但终究还是以“人”

为本，还是通过表现人来完成节目录制的。有些网络综艺节目甚至完全以其他的形式（只有声音）完成节目的串联功能以及传播节目的信息，主持“人”的形象完全消失。如《偶像练习生》和《创造 101》两档 2018 年上半年较火爆的两档偶像养成类节目中，虽然张艺兴和黄子稻在某种程度上担任着主持人的功能，但我们可以发现，主持人的部分功能已经由其他形式所替代，受众对选手的投票渠道的介绍，均制作为短片，配以声音完成的，完全没有带有主持人身份的形象出现。

结语

综上所述，无论主持人角色被何种形式取代，或者说无论主持人的角色如何被弱化，能被取代的主持人的功能都只是主持人的非艺术性功能。主持人的艺术性功能是无法被取代的，是必须由主持人角色所承担的，凸显着“人”的地位。尽管担任主持人角色的这个人即节目中的“主持人”符号可以是跨界的主持人或者是导演等各种各样的人，但必须完成主持人的任务。主持人角色在节目中被弱化，并不意味着主持人职业可以被完全替代，这种不可替代，就要求主持人在电视或网络综艺节目的发展中，要意识到除了学习扎实的专业知识，提高专业素养之外，更要发现个人的独特魅力，还要积极发挥自身的文化责任感，探求主持人在节目中的艺术性，努力成为节目中不可替代的元素之一。媒

参考文献

[1] 朱羽君，王纪言，钟大年 . 中国应用电视学 [M]. 北京：北京师范大学出版社，1993.

[2] 中国传媒大学播音主持艺术学院 . 电视节目播音主持 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2015：216.

[3] 陆锡初 . 中国主持人节目学 [M]. 北京：中国广播电视出版社，2014：198.

[4] 陈晓云 . 电影理论基础 [M]. 北京：北京联合出版公司，2016：96，237.

[5] 叶蜚声，徐通锵 . 语言学纲要 [M]. 北京：北京大学出版社，2010：22.

[6] 陈晓云 . 电影学导论 [M]. 北京：北京联合出版公司，2015：56.

（**作者单位**：河北大学艺术学院）

（上接第84页）

康向上的个人气质和积极质朴的创作热情；在社会形象上，要有强烈的社会责任感、参与感以及服务大众的服务意识；在角色把握上，媒体角色和个人角色以及社会角色的协调统一。张颂老师曾说过，主持人要有“德才超群，声形出众”的两项能力，所谓“德才兼备”似乎没有什么异议，我们的事业需要思想道德素质高，科学文化水平高的人才，特别是智慧型、复合型、创造型的专业人才，而“声形俱佳”是指声音悦耳、口齿清晰、表达准确、语言畅达、形象端庄、仪态大方、举止文明、气质高雅，这正是播音主持人才的特殊性，广播电视传播的独特性。在嗓音条件上，有良好的麦克风声音；在语言功力上，应当具有包括观察力、理解力、思辨力、感受力、表现力、调控里、鉴赏力、回馈力等在内的较强能力；在主持技巧上，有良好的语言表达能力和现场沟通能力以及敏捷机智的应变能力；在工作态度上，要有兢兢业业的敬业精神和虚怀若谷的团队精神。融媒体环境下的主持人需要在节目丰富性的要求下，不断地增强自己的应变能力，在情景再现的表现中努力提升自己的语言表达力，在热点新闻的汇集下增加自己的新闻视野力。只有这样的全面提升才能不断地提升自己的核心竞争力，当然，在日益严峻的竞争中，主持人如何在传媒行业中保持不断的创新能力以及对市场的洞察力、预见力、团队协作能力、产品生产能力和优质服务能力以及文化影响力是每一个主持人都需要认真思考的问题和不断面对的挑战。

结语

电视节目主持人是品牌形象的主要体现者，也是品牌内涵的主要诠释者。在媒体多元化的时代，品牌栏目逐渐增多，所以，主持人的个性培养和独特标志显得尤为重要。主持人的专业化培养不仅要体现在专业化的业务方面，更要注意主持人的内涵培养和形象塑造。在融媒体背景下的传播中，主持人的角色定位和能力要求还会面对很多的挑战和机遇，只有在困难中不断地把握新的机遇和可能才能逐步实现能力的升级和个人的提升。媒

参考文献

[1] 张泰 . 探析记者型主持人的能力要求及培养模式 [J]. 新闻研究导刊，2018（9）.

[2] 孙良 . 电视节目主持人文化形象的完型塑造——以《朗读者》与董卿为例 [J]. 电视研究，2018（1）.

[3] 朱蔚蔚 . 融媒体时代电视主持人转型升级与能力提升途径研究 [J]. 视听纵横，2018（3）.

[4] 李姣 . 融媒体时代主持人角色定位与能力塑造研究 [J]. 科技传播，2017（9）.

（**作者单位**：中国传媒大学）